ETC
Investigación y reportajes
Página/12



Fotomontaje de Alejandro Elías

GRAFFITTI

LOS FRANCOTIRADORES DEL AEROSOL

Son distintas en Buenos Aires, Nueva York, Madrid, Roma o Estocolmo, pero el modus operandi es el mismo. Al oprimir la válvula, la presión del propelente arrastra el producto dispersándolo como un suave rocío que da lugar a un mensaje: la palabra pintada. Hasta ahora, la propaganda de los pobres, en el futuro, tal vez una nueva técnica publicitaria.

Por Máximo Soto

No es un arte, loco, es un deporte — confió el muchacho, mientras ocultaba nerviosamente el aerosol con que acababa de grafitear los pulcros muros del Hospital Alemán, echando a correr como para confirmar sus palabras. Un patrullero, silenciosamente, se acercaba. Luego de un reciente festival de punk rock la policía, rutinariamente, se dedicó a cachear a los asistentes. No buscaban la previsible marihuana, buscaban aerosoles de pintura.

Mientras en Buenos Aires subsiste la tendencia a pintar consignas desenfadadas, a hacer *Political Art* o promocionar grupos marginales de rock, otras ciudades han dado paso a nuevas etapas. Han asimilado el ahora bautizado *Graffitti Art* y lo han hecho ingresar en las galerías, comercializándolo a buen precio. El año pasado el grafitista yanqui Futura 2000, para dar un ejemplo, cotizaba sus garabatos en 6.000 dólares por tela. Y había quienes ya vendían a más precio.

Pero Buenos Aires, se suele decir, narcisisticamente en Buenos Aires, no está tan lejos de los grandes centros urbanos y culturales del planeta. Y ya comienza a ilustrar sus paredes con las ocurrencias gráficas de los francotiradores del aerosol. Con paciencia se pueden llegar a ubicar los dibujos naïf de un tal Galo. Ese plástico anónimo, y algunos otros más anónimos aún, logran que la distancia entre Buenos Aires y Nueva York o Madrid sea de sólo 20 años.

Los primeros grafitistas solían esconderse en cuevas. Las de Altamira, por ejemplo. Y hacer de las suyas al calor de una fogata. Con mayor discreción, con más alta perversidad e igual culto mágico, la sociedad industrial abrió los baños públicos a ese tipo de expresión. Pero sólo con la llegada del barullero Mayo del 68 parisino se da la oportunidad de que eso también salga a la calle. Múltiples libros canonizan el hecho.

Necesitados de apropiarse de ese nacimiento, los críticos norteamericanos suelen fechar esa "práctica marginal, clandestina, antisocial, intimidante y sofisticada" como originada en el Nueva York de 1969. Práctica que será inmediatamente criticada por intendentes y alcaldes que se precien de tales, lo cual excluye al increíble Tierno Galván. Y defendida contundentemente por los Norman Mailer y Diego Cortez que existen en toda gran ciudad.

En 1980, con la presentación realizada en el Times Square Show por Collaborative Project Inc y la galería Fashion Mode del South Bronx de Nueva York, el graffitti inicia su camino hacia la institucionalización. Al año siguiente Diego Cortez anuncia que el grafitista PS1 merece una exposición. Ese reconocimiento hace que los inversionistas comiencen a mirar con interés las pintadas. Los marchands que se dan cuenta salen a capturar grafitistas en los ghettos. Los subtes suelen ser espléndidos lugares de cacería. Aun cuando de los 10.000 artistas que hacen mamarrachos en los subtes, sólo un centenar son verdaderamente valiosos desde el punto de vista artístico.

Un par de años después, los guerrilleros urbanos del spray que han sido aislados en los sótanos de las galerías comienzan a darse cuenta de que los comerciantes del arte suelen explotarlos más que enriquecerlos. Surgen así dos tendencias. Una, a ampliar el mercado logrando que cada vez más galerías se interesen por sus obras. Uno de esos grafitistas lo justifica como "una forma de terminar con una práctica nocturna y peligrosa, con riesgo de sanciones si se dejan agarrar". La otra es la de un grupo que decide formar una cooperativa y organizar el atelier y sala de exposiciones Graffitti Ink.

El oficio transgresivo ha conquistado nivel académico: ya tiene escuelas, maestros, puntos de venta. Entra en los museos. El Metropolitan compra obras de David Wojnarvies, que se entretenía en spraypintar con stencil las paredes libres de Nueva York. Su obra pasa de ser visitada por policías que



Alejandro Kacero



iban a detenerlo, a ser custodiada celosamente. La sociedad norteamericana, dando el ejemplo, antes que ninguna otra, ha logrado digerir otra forma de transgresión.

Las técnicas del graffitti

Como toda escuela que se precie, el graffitti tiene un conjunto de técnicas que le son propias. En general se utilizan aerosoles de pintura sintética, pero también son válidos los marcadores de ropa. El trazo más común se denomina "tag". Tag es tanto marcar con un rótulo como un juego de muchachos, y el graffitti es como una perfecta comunión de ambas cosas. "Take a tag" (hacer una pintada) no debe demorar más de tres segundos. Las características son semejantes a las de otra práctica antisocial: la de los ladrones, la de los "descuidistas". Esa "antisocialidad" vincula a los artistas con las ideas anarquistas. De allí la A de Anarquía que unen a sus firmas.

Hay "tags" de nuevo cuño, grandes frescos, con sofisticación en los colores, más elaboradas desde el estilo y la caligrafía, que pueden llevar muchas horas de trabajo a un artista y sus colaboradores.

La técnica propone ya múltiples posibilidades. Como, por ejemplo, el "motion tagging" que desafía a realizar la pintada en el interior de los trenes subterráneos, estando éstos en movimiento. O locuras riesgosas como la realizada por Fab 5 Fed, que cubrió un tren por entero con dibujitos de las latas de sopa Campbell, como homenaje y cargada a Andy Warhol y al Pop Art.

Si bien hay escuelas y talleres, la práctica concreta, el aprendizaje real, se debe hacer en las calles y en los subtes. Y si alguien, como Keith Harring, uno de los best sellers del graffitti, no se anima a hacerlo, pierde la consideración de la academia marginal.

El anónimo pone la firma

Hasta ahora la mayoría de los practicantes del Graffitti Art, sabiéndose infractores, usan seudónimo: Noc, A-One, Bear, Fab 5 Freddy, Lee, Crash, Toxic, Daze, Axs. La mayoría tiene resonancias de rock and roll. Axs es un nombre que contiene un homenaje a Jimi Hendrix. Lo mismo ocurre con Crash. Y con muchos otros que aún no han sido comercializados, por lo tanto que siguen figurando como desconocidos.

La Madrid de "la movida" no podía dejar de tener sus grafitistas. Entre ellos está el que firma "Muelle" y traza el caligrama de un muelle.

Si Marcel Duschamp firmaba *ready made* (objetos ya hechos), hacía que un mingitorio se convirtiera en obra de arte. Muelle se adueña con su firma de edificios y monumentos. Hace un tiempo lo detuvieron firmando la Puerta del Sol. Lo acusaron de ensuciar paredes. El se defendió argumentando que su propia firma era una obra artística.

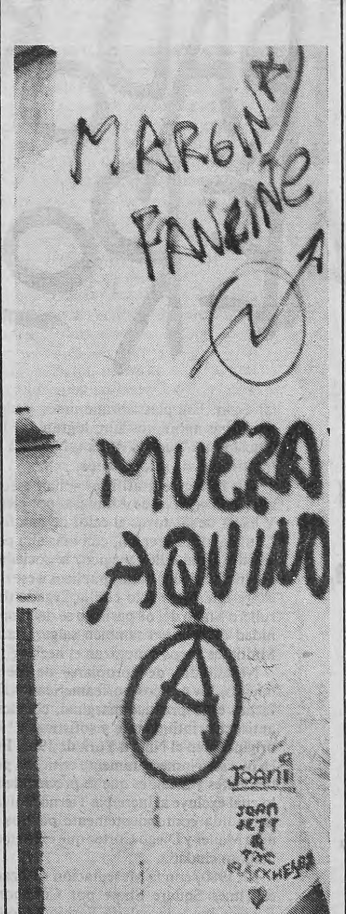
Como junto a su firma Muelle coloca un (c) copyright, muchos españoles sospechan que en algún lugar se debe de estar armando el emporio Muelle. Que próximamente venderá camisetas, cuadros y hamburguesas Muelle. Esto no los inmuta. Es una de las tantas tendencias a buscar el mercado, una operación publicitaria como otras tan típicas de la posmodernidad. Algo que puso en evidencia la revista de la "movida" española, *La Luna de Madrid*, al proponer que la vanguardia es el mercado. Es decir que lo que es vanguardia es aquello que funciona, lo que se vende. Y los gustos del mercado son los que marcan la tendencia a seguir. Exhibirse, aun por un graffitti, es una forma de promover un producto que puede ser tan sólo una persona. Persona que debe tener su propio look, una forma de vestir y peinarse que lo individualice, que llamen la atención y que permitan comercializar sus devaneos aerosoleros. Lejos han quedado las intenciones políticas o de reivindicación de una identidad cultural, como los grafitistas negros intentaron en el Bronx; el graffitti ha sido perfectamente colonizado.

EL DISCRETO ENCANTO DE LA TRANSGRESION

Por Adriana Schettini

Tu propio juego había empezado por aburrimiento —escribió Julio Cortázar—, no era en verdad una protesta contra el estado de cosas en la ciudad, el toque de queda, la prohibición amenazante de pegar carteles o escribir en los muros. Simplemente te divertía hacer dibujos con tizas de colores (no te gustaba el término "graffitti", tan de crítico de arte) y de cuando en cuando venir a verlos y hasta con un poco de suerte asistir a la llegada del camión municipal y a los insultos inútiles de los empleados mientras borraban los dibujos. Poco les importaba que no fueran dibujos políticos, la prohibición abarcaba cualquier cosa, y si algún niño se hubiera atrevido a dibujar una casa o un perro, lo mismo lo hubieran borrado entre palabrotas y amenazas. En la ciudad ya no se sabía demasiado de qué lado estaba el miedo; quizá por eso te divertía dominar el tuyo y cada tanto elegir el lugar y la hora propicios para hacer un dibujo. Una sola vez escribiste una frase con tiza negra: *A mí también me duele*. No duró dos horas, y esta vez la policía en persona la hizo desaparecer. Después solamente seguiste haciendo dibujos."

En el cuento *Graffitti*, Julio Cortázar describió los oscuros tiempos en que las paredes fueron puntualmente blanqueadas.



Alejandro Kacero

Entonces, un solo dibujo resultaba sospechoso. Dos, un delito perfecto. "Cuando el otro apareció al lado del tuyo casi tuviste miedo, de golpe el peligro se volvía doble, alguien se animaba como vos a divertirse al borde de la cárcel o algo peor, y ese alguien por si fuera poco era una mujer. Vos mismo no podías probártelo, había algo diferente y mejor que las pruebas más rotundas: un trazo, una predilección por las tizas cálidas, un aura". " . . . Una noche viste su primer dibujo solo —recordaba Cortázar—; lo había hecho con tizas rojas y azules en una puerta de garage, aprovechando la textura de las maderas carcomidas y las cabezas de los clavos. Era más que nunca ella, el trazo, los colores, pero además sentiste que ese dibujo valía como un pedido o una interrogación, una manera de llamarte".

En la puerta de ese mismo garage, a comienzos de la década del 70, cuando todavía no se usaba el aerosol, el agujero de Ozono era tema de ciencia ficción, y el nombre de Perón estaba sólo reservado a la memoria, había sido pintado una y otra vez: *"8 de octubre. Feliz cumpleaños, Tata"*. Era el artilugio para sacar la política a la calle.

"Casi en seguida se te ocurrió que ella buscaría una respuesta, que volvería a su dibujo como vos volverías ahora a los tuyos. (. . .) Al amanecer del segundo día elegiste un paredón gris y dibujaste un triángulo blanco rodeado de manchas como hojas de roble". En ese paredón gris, como en tantos otros, pocos años antes podía leerse: *"Luche y vuelve"*, *"Ayer el cordobazo, hoy el argentinazo"*, *"Como el Che, crear uno, dos, diez Vietnam"*, *' Perón, Evita, la patria socialista"*, *"Santucho, Guevara, la patria liberada"*, *"Gloria a los héroes de Trelew"*. Pero después las paredes fueron silenciadas junto con el país en el que sólo había lugar para un disourso. La calle había sido ganada por el miedo y el miedo no sabe de pintadas.

Paredes, lugar común

Con la democracia, las paredes volvieron a ser territorio disponible. Esta vez los partidos políticos y las empresas dispuestas a convertir las pintadas en un servicio comercial, debían compartir el terreno con imprevisibles competidores que, agrupados bajo nombres tales como *Bolo Alimenticio*, *Los Vergara*, *Secuestro*, *Fife y Autogestión* y *La Yilet en el Tobogán*, decidieron hacer de la ironía y el humor un irreverente maquillaje para los muros porteños.

"Martínez de Hoz, mártir de Chicago", *"El reino unido, jamás será vencido"*, *"Los argentinos somos desechos y humanos"*, *"La justicia ya falló"*, y *"Las putas al poder, sus hijos ya lo están"*, son algunas de las consignas con que los nuevos militantes del aerosol sorprendieron a las juventudes políticas. La competencia no resulta fácil.

"Los partidos políticos no nos comprenden", manifestó un miembro de *Bolo Alimenticio* en una entrevista publicada en *Nueva Presencia*. "Ellos siguen expresando cosas en las paredes que nadie mira. Incluso ideas justas como *"Astiz asesino"*, no mosquean a nadie que va por una vereda. El discurso de los partidos está ya muy masticado y de esa forma no llega a nadie. La izquierda termina cayendo en frases huecas y gastadas como 'por una cultura nacional y popular'. ¿Pero qué es una cultura nacional y popular?", se pregunta.

"Me gustaría que quede bien claro —se apresura a explicar otro integrante del grupo— que no somos descreídos del accionar político como actividad en sí. Pero es evidente que urge cambiar la forma de hacer política."

Fife y Autogestión, un grupo que se define como anarquista, rinde culto a Bakunin y concentra sus pintadas en la zona de la Facultad de Filosofía y Letras, también se refiere a "la otra forma de hacer política": "A los poderosos se les disputa el poder o —algo que en este momento tiene más sentido— se les hace juego a su carnaval político ridiculizando y parodiando lo que ellos proponen. Nuestros graffitti son la antipropaganda del sistema". *"La guerra es un buen negocio, invierta un hijo"*, *"Todos prometen, nadie cumple. Votá Nadie"*, *"Colaborá con los dirigentes: no pienses"*, *"Vos no desapareciste, por algo será"*, ejemplifican la propuesta del grupo.

Sin embargo, los jóvenes aceptan las limitaciones del aerosol. "El sistema siempre te va comiendo", se resigna un activista de *Fife y Autogestión*. "Pintar es sólo una parte —continúa—, si eso se empieza a usar como una válvula de escape contra la opresión, sería muy fácil para el sistema decir: ahí están los ingenuos que pintan. Bien, que pinten. Es más, construirían más paredes para que sigamos pintando." En el mismo sentido se expresa un miembro de *Bolo Alimenticio*: "Evidentemente no pienso que por reírme del sistema voy a zanjar las estructuras del poder. Para que el sistema se venga abajo —asegura— las fábricas tienen que parar".

De sotanas y estrellas

Entre los temas a los que aluden los graffitti, la Iglesia es uno de los blancos preferidos de la ironía: *"Cristo vence. El diablo tiene prórroga"*, *"Camila goza, los curas lloran"*, *"Viva Cristo gay"*. La visita de Juan Pablo II a la Argentina sirvió de excusa a la creatividad: *"No al Papa, sí al Chef"*, *"El fuego purifica, purifiquemos al Papa"*, *"Hagamos puré del Papa"*, *"Cristo es el camino, el Papa cobra peaje"*, se leyó entonces en las calles porteñas.

La televisión se empeña en vender ídolos y estrellas del espectáculo y los aficionados al graffitti en reírse de ellos. Así surgieron: *"Rolando Rivas conducción"*, *"Esterilicen a Tino antes que sea demasiado tarde"*, *"Juan Ramón es la picana cultural"*, *"Reforma agraria en la granja de Carozo y Narizota"*, *"Aparición sin vida de Gómez Fuen-*



Gustavo Gilabert



Alejandro Kacero

iban a detenerlo, a ser custodiada celosamente. La sociedad norteamericana, dando el ejemplo, antes que ninguna otra, ha logrado digerir otra forma de transgresión.

Las técnicas del graffitti

Como toda escuela que se precie, el graffitti tiene un conjunto de técnicas que le son propias. En general se utilizan aerosoles de pintura sintética, pero también son válidos los marcadores de ropa. El trazo más común se denomina "tag". Tag es tanto marcar con un rótulo como un juego de muchachos, y el graffitti es como una perfecta comunión de ambas cosas. "Take a tag" (hacer una pintada) no debe demorar más de tres segundos. Las características son semejantes a las de otra práctica antisocial: la de los ladrones, la de los "descuidistas". Esa "antisocialidad" vincula a los artistas con las ideas anarquistas. De allí la A de Anarquía que unen a sus firmas.

Hay "tags" de nuevo cuño, grandes frescos, con sofisticación en los colores, más elaboradas desde el estilo y la caligrafía, que pueden llevar muchas horas de trabajo a un artista y sus colaboradores.

La técnica propone ya múltiples posibilidades. Como, por ejemplo, el "motion tagging" que desafía a realizar la pintada en el interior de los trenes subterráneos, estando éstos en movimiento. O locuras riesgosas como la realizada por Fab 5 Fed, que cubrió un tren por entero con dibujitos de las latas de sopa Campbell, como homenaje y cargada a Andy Warhol y al Pop Art.

Si bien hay escuelas y talleres, la práctica concreta, el aprendizaje real, se debe hacer en las calles y en los subtes. Y si alguien, como Keith Harring, uno de los best sellers del graffitti, no se anima a hacerlo, pierde la consideración de la academia marginal.

El anónimo pone la firma

Hasta ahora la mayoría de los practicantes del Graffitti Art, sabiéndose infractores, usan seudónimo: Noc, A-One, Bear, Fab 5 Freddy, Lee, Crash, Toxic, Daze, Axs. La mayoría tiene resonancias de rock and roll. Axs es un nombre que contiene un homenaje a Jimi Hendrix. Lo mismo ocurre con Crash. Y con muchos otros que aún no han sido comercializados, por lo tanto que siguen figurando como desconocidos.

La Madrid de "la movida" no podía dejar de tener sus grafitistas. Entre ellos está el que firma "Muelle" y traza el caligrama de un muelle.

Si Marcel Duschamp firmaba *ready made* (objetos ya hechos), hacía que un mingitorio se convirtiera en obra de arte. Muelle se adueña con su firma de edificios y monumentos. Hace un tiempo lo detuvieron firmando la Puerta del Sol. Lo acusaron de ensuciar paredes. El se defendió argumentando que su propia firma era una obra artística.

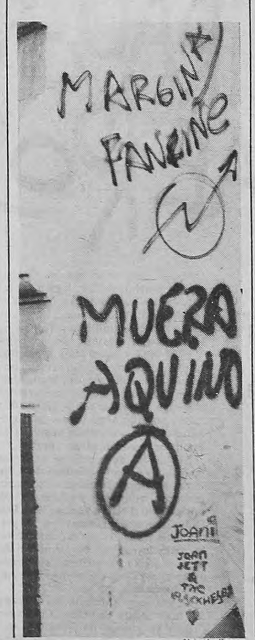
Como junto a su firma Muelle coloca un (c) copyright, muchos españoles sospechan que en algún lugar se debe de estar armando el emporio Muelle. Que próximamente venderá camisetas, cuadros y hamburguesas Muelle. Esto no los inmuta. Es una de las tantas tendencias a buscar el mercado, una operación publicitaria como otras tan típicas de la posmodernidad. Algo que puso en evidencia la revista de la "movida" española, *La Luna de Madrid*, al proponer que la vanguardia es el mercado. Es decir que lo que es vanguardia es aquello que funciona, lo que se vende. Y los gustos del mercado son los que marcan la tendencia a seguir. Exhibirse, aun por un graffitti, es una forma de promover un producto que puede ser tan sólo una persona. Persona que debe tener su propio look, una forma de vestir y peinarse que lo individualice, que llamen la atención y que permitan comercializar sus devaneos aerosoleros. Lejos han quedado las intenciones políticas o de reivindicación de una identidad cultural, como los grafitistas negros intentaron en el Bronx; el graffitti ha sido perfectamente colonizado.

EL DISCRETO ENCANTO DE LA TRANSGRESION

Por Adriana Schettini

Tu propio juego había empezado por aburrimiento —escribió Julio Cortázar—, no era en verdad una protesta contra el estado de cosas en la ciudad, el toque de queda, la prohibición amenazante de pegar carteles o escribir en los muros. Simplemente te divertía hacer dibujos con tizas de colores (no te gustaba el término "graffitti", tan de crítico de arte) y de cuando en cuando venir a verlos y hasta con un poco de suerte asistir a la llegada del camión municipal y a los insultos inútiles de los empleados mientras borraban los dibujos. Poco les importaba que no fueran dibujos políticos, la prohibición abarcaba cualquier cosa, y si algún niño se hubiera atrevido a dibujar una casa o un perro, lo mismo lo hubieran borrado entre palabrotas y amenazas. En la ciudad ya no se sabía demasiado de qué lado estaba el miedo; quizá por eso te divertía dominar el tuyo y cada tanto elegir el lugar y la hora propicios para hacer un dibujo. Una sola vez escribiste una frase con tiza negra: *A mí también me duele*. No duró dos horas, y esta vez la policía en persona la hizo desaparecer. Después solamente seguiste haciendo dibujos."

En el cuento *Graffitti*, Julio Cortázar describió los oscuros tiempos en que las paredes fueron puntualmente blanqueadas.



Alejandro Kacero

Entonces, un solo dibujo resultaba sospechoso. Dos, un delito perfecto. "Cuando el otro apareció al lado del tuyo casi tuviste miedo, de golpe el peligro se volvía doble, alguien se animaba como vos a divertirse al borde de la cárcel o algo peor, y ese alguien por si fuera poco era una mujer. Vos mismo no podías probártelo, había algo diferente y mejor que las pruebas más rotundas: un trazo, una predilección por las tizas cálidas, un aura". "... Una noche viste su primer dibujo solo —recordaba Cortázar—; lo había hecho con tizas rojas y azules en una puerta de garage, aprovechando la textura de las maderas carcomidas y las cabezas de los clavos. Era más que nunca ella, el trazo, los colores, pero además sentiste que ese dibujo valía como un pedido o una interrogación, una manera de llamarte".

En la puerta de ese mismo garage, a comienzos de la década del 70, cuando todavía no se usaba el aerosol, el agujero de Ozono era tema de ciencia ficción, y el nombre de Perón estaba sólo reservado a la memoria, había sido pintado una y otra vez: *"8 de octubre. Feliz cumpleaños, Tata"*. Era el artilugio para sacar la política a la calle.

"Casi en seguida se te ocurrió que ella buscaría una respuesta, que volvería a su dibujo como vos volverías ahora a los tuyos. (...) Al amanecer del segundo día elegiste un paredón gris y dibujaste un triángulo blanco rodeado de manchas como hojas de roble". En ese paredón gris, como en tantos otros, pocos años antes podía leerse: *"Luche y vuelve", "Ayer el cordobazo, hoy el argentinazo", "Como el Che, crear uno, dos, diez Vietnam", 'Perón, Evita, la patria socialista", "Santucho, Guevara, la patria liberada", "Gloria a los héroes de Trelew"*. Pero después las paredes fueron silenciadas junto con el país en el que sólo había lugar para un discurso. La calle había sido ganada por el miedo y el miedo no sabe de pintadas.

Paredes, lugar común

Con la democracia, las paredes volvieron a ser territorio disponible. Esta vez los partidos políticos y las empresas dispuestas a convertir las pintadas en un servicio comercial, debían compartir el terreno con imprevisibles competidores que, agrupados bajo nombres tales como *Bolo Alimenticio, Los Vergara, Secuestro, Fife y Autogestión* y *La Yilet en el Tobogán*, decidieron hacer de la ironía y el humor un irreverente maquillaje para los muros porteños.

"Martínez de Hoz, mártir de Chicago", "El reino unido, jamás será vencido", "Los argentinos somos desechos y humanos", "La justicia ya falló", y *"Las putas al poder, sus hijos ya lo están"*, son algunas de las consignas con que los nuevos militantes del aerosol sorprendieron a las juventudes políticas. La competencia no resulta fácil.

"Los partidos políticos no nos comprenden", manifestó un miembro de *Bolo Alimenticio* en una entrevista publicada en *Nueva Presencia*. "Ellos siguen expresando cosas en las paredes que nadie mira. Incluso ideas justas como *"Astiz asesino"*, no mosquean a nadie que va por una vereda. El discurso de los partidos está ya muy masticado y de esa forma no llega a nadie. La izquierda termina cayendo en frases huecas y gastadas como 'por una cultura nacional y popular'. ¿Pero qué es una cultura nacional y popular?", se pregunta.

"Me gustaría que quede bien claro —se apresura a explicar otro integrante del grupo— que no somos descreídos del accionar,


Gustavo Gilabert

político como actividad en sí. Pero es evidente que urge cambiar la forma de hacer política."

Fife y Autogestión, un grupo que se define como anarquista, rinde culto a Bakunin y concentra sus pintadas en la zona de la Facultad de Filosofía y Letras, también se refiere a "la otra forma de hacer política": "A los poderosos se les disputa el poder o —algo que en este momento tiene más sentido— se les hace juego a su carnaval político ridiculizando y parodiando lo que ellos proponen. Nuestros graffitti son la antipropaganda del sistema". *"La guerra es un buen negocio, invierta un hijo", "Todos prometen, nadie cumple. Votá Nadie", "Colaborá con los dirigentes: no pienses", "Vos no desapareciste, por algo será"*, ejemplifican la propuesta del grupo.

Sin embargo, los jóvenes aceptan las limitaciones del aerosol. "El sistema siempre te va comiendo", se resigna un activista de *Fife y Autogestión*. "Pintar es sólo una parte —continúa—, si eso se empieza a usar como una válvula de escape contra la opresión, sería muy fácil para el sistema decir: ahí están los ingenuos que pintan. Bien, que pinten. Es más, construirían más paredes para que sigamos pintando." En el mismo sentido se expresa un miembro de *Bolo Alimenticio*: "Evidentemente no pienso que por reírme del sistema voy a zanjar las estructuras del poder. Para que el sistema se venga abajo —asegura— las fábricas tienen que parar".

De sotanas y estrellas

Entre los temas a los que aluden los graffitti, la Iglesia es uno de los blancos preferidos de la ironía: *"Cristo vence. El diablo tiene prórroga", "Camila goza, los curas lloran", "Viva Cristo gay"*. La visita de Juan Pablo II a la Argentina sirvió de excusa a la creatividad: *"No al Papa, sí al Chef", "El fuego purifica, purifiquemos al Papa", "Hagamos puré del Papa", "Cristo es el camino, el Papa cobra peaje"*, se leyó entonces en las calles porteñas.

La televisión se empeña en vender ídolos y estrellas del espectáculo y los aficionados al graffitti en reírse de ellos. Así surgieron: *"Rolando Rivas conducción", "Esterilicen a Tino antes que sea demasiado tarde", "Juan Ramón es la picana cultural", "Reforma agraria en la granja de Carozo y Narizota", "Aparición sin vida de Gómez Fuentes", "La leche me la tomo, la silicona la escupo. La hija de Moria Casán", "Yo pisaré las calles nuevamente. Luisa Vehil"* y *"Luis Miguel, tremendo menudo"*.

"Sabemos que la gente se cree toda la farsa de la farándula y que la única forma de contarles que es una gran mentira es pintar las paredes", dice un integrante de *La Yilet en el Tobogán*.

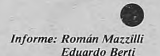
El desenfado no pierde oportunidad de referirse a las estrellas del fútbol: *"Tiemblen fachos, Maradona es zurdo"*; los personajes históricos: *"Estoy de la nuca, María Antonieta"*; los protagonistas de las páginas policiales: *"Newton tenía razón. Alejandro Puccio", "El que no salta es un aburrido. Thelma Stefani"*; los grandes del arte: *"Nunca fui un oreja. Van Gogh", "He visto un lindo gatito. Borges mirando Daktari"*, y el director de este matutino: *"Que mala leche. Jorge Lanata"*.

Sexo en aerosol

"Cuanto más hago el amor más ganas tengo de hacer la revolución. Cuando más hago la revolución, más ganas tengo de hacer el amor", gritaban las paredes de la Sorbona en el agitado Mayo de '68. Pasaron casi veinte años pero el discurso de los estudiantes franceses se repite: "Nosotros decimos que el placer y el deseo son revolucionarios", manifiesta Miguel de *Fife y Autogestión*. "A nadie se le escapa —agrega— que fifar es lindo. Y en esto creo que no estamos muy alejados de la gente." El sexo también toma la forma del graffitti: *"La masturbación es la autogestión del placer", "A coger que se viene el Halley", "Ahora, integración del pene y la vagina", "Por verdaderas fiestas: no a la navidad, sí a la orgía permanente", "Sí a la entrega del semen"*.

"En una ocasión dibujamos una pareja rascando y al otro día apareció con los órganos sexuales tachados", relata *Bolo Alimenticio*. "Esto demuestra una conciencia colectiva que se ruboriza al ver pintada en una pared una pareja haciendo el amor y que no se escandalizó con los cuerpos mutilados de los desaparecidos durante la dictadura", concluyen.

Insolentes, creativos, vándalos, irrespetuosos, divertidos, ingeniosos, son adjetivos aplicados una y otra vez a los transgresores de aerosol. Pero ellos siguen pintando. Los graffitti se han instalado definitivamente en la ciudad y si los tapan, reaparecen.



Informe: Román Mazzilli
Eduardo Berti



Alejandro Elias

GRITOS Y SUSURROS SUECOS

Por Carlos Decker Molina, desde Estocolmo

La forma más barata de publicar sin censura es escribir en las paredes: Graffitti en el baño de la Casa de la Cultura de Estocolmo. Como una reina impoluta en el medio de lagos y arroyos, pareciera que por las venas de la ciudad no circulara la savia de un millón de personas que se pierden en la boca de los subtes y circulan por las calles sin basuras visibles, con paredes casi limpias y con baños públicos que se abren con una moneda de 50 centavos. Estocolmo, con su aire poco infectado y sus tiendas de venta de bebidas espirituosas que funcionan de 9 a 18, con sus colas de los viernes por la ración del fin de semana. No hay otro justificativo para quien descerrajó su rabia en un muro del "banco de botellas" donde se lee en letras de molde: *Quiero trago*. Grito desesperado de la soledad de Bergman, aunque más auténtico es el pedido imposible, escrito en la nieve en letras gigantescas: *Mamá, hazme de nuevo*. Ayer, Estocolmo, la rubia introvertida de ojos azules, hoy Estocolmo, mosaico humano, cada vez más extrovertida, con palabrotas en español, consignas en árabe y en persa, manos callosas que lavan platos y limpian pasillos, inmigrantes que también escriben en los muros del suburbio *Gloria a Allende, Viva el presidente Gonzalo, Jesús no nació en el barrio de Rinkeby porque no hay vírgenes.* La libertad sexual a la sueca, la que produce envidia en el extranjero, también tiene sus bemoles, de ahí una verdad impresa en el muro de un baño, *Soy feminista, pero ¿quién no quiere un macho?* o la desesperación del amor equivocado: *Olof, vuelve a casa, te perdono todo*. Los garabatos son mucho más que palabras sucias en muros limpios. Es ya un clásico de los graffitti. A través de ellos se descubre un estado de ánimo, preocupaciones colectivas o apuros individuales: *Papel, papel, mi reino por un pedazo de papel*, escrito con la mano temblorosa del necesitado. La historia está también presente en los muros: *Rinkeby, la última trinchera de Arafat* o el chiste cruel que luce un baño en la Casa de la Cultura; primero la mala noticia, *Nos persigue la policía,* después la buena, *La policía es sueca* u otra escrita en español, *Suecia tiene desaparecidos, Dagmar Hagelin y el asesino de Palme*. Nunca se sabe quién o quiénes son los autores. Es el juego del anonimato total. Nadie se reclama propietario intelectual ni siquiera de los clásicos. Sólo se puede adivinar el sexo: *Mi mujer se fue con mi mejor amigo, cómo lo extraño a él*. El SIDA, naturalmente, ha traído novedades murales: *Combate al SIDA, suicídate*, un llamado colectivo, *Evita el contagio, mastúrbate con guantes* o la premonición religiosa: *El pago del pecado es la muerte*, al que alguien le agregó: *Pero el horario de trabajo es bueno*. Hay quienes no han perdido las esperanzas en este mundo infectado: *Mejor un 69 que una película pornográfica entre las 6 y las 9*. La comuna de Rinkeby, donde la mayoría es inmigrante, gasta anualmente 10 millones de coronas suecas, aproximadamente un millón y medio de dólares, para limpiar las paredes y éstas lucen siempre pintadas, con dibujos y garabatos a la neoyorquina que han terminado con la paciencia administrativa. Los burócratas han propuesto a los autores anónimos cederles un par de muros para que descarguen sus neuras. Los autores, como era de esperar, han respondido en un muro que no estaba habilitado, con un gran garabato que dice: *Volveremos*.



Alejandro Kacero

FUTBOL Y AMORES ITALIANOS

Por Joaquín Sokolowicz, desde Roma

Dejar la firma simplemente. Es un fenómeno de los últimos meses, atribuido por los sociólogos al protagonismo de los jóvenes en esta época de "yuppies" y desencanto frente a la política. En baños públicos y tras los respaldos de asientos en subterráneos de Milán y Roma, las únicas ciudades italianas atravesadas bajo tierra, aparecen breves frases seguidas por el nombre de quien las grabó con cortaplumas, o pintó con marcador: "Sigo adelante pese a todo", "Yo estuve aquí". Cualquier cosa, por lo general en primera persona, o solamente el nombre sin nada que lo preceda.

Esta forma de destacar la presencia individual es sintomática del "riflusso", como llaman aquí a la decadencia de los impulsos sociales anticonformistas en lo que va de esta década. Melancólico testimonio del fin de un período, después de los movimientos de protesta político-cultural que se sucedieron durante quince años, desde el rechazo popular de la intervención norteamericana en Vietnam hasta la ofensiva feminista. Ahora, los pocos lemas ecológicos ("No a la energía nuclear", "Aire limpio") o a la sigla de la muy activa organización católico-conservadora "Comunione e Liberazione" (CL) no tienen la fuerza caracterizante que entonces daban las pintadas callejeras al clima del país.

Con la campaña a favor o en contra del divorcio —instituido definitivamente a través de un referéndum popular en el'74— se renovó la creatividad mural: "¿Qué sabe el Papa de la vida en pareja?", "Se separan los animales, no los seres humanos". El Movimiento Autónomo, una izquierda maximalista que predicaba el uso de métodos violentos para combatir al "sistema", llegó con sus llamamientos a las "expropiaciones proletarias" ("Cleptómanos: ¡al asalto!") y sus ataques al Partido Comunista ("Se está con la FIAT o con los obreros"). Las paredes exhibían alguna estrellita a cinco puntas, símbolo de las Brigadas Rojas, cuando empezaron a registrar la exasperación de las primeras expresiones feministas ("Es mía y la concedo a quien elijo yo", "Hombre reprimido: mastúrbate en el baño"), reemplazadas más tarde por la sintética exaltación del concepto de "mujer" ("Donna è bello") que terminó siendo el lema preferido del movimiento.

Tres mil leyendas murales diferentes fueron reunidas en archivos fotográficos y tratados sociológicos sobre aquellos años. Ahora, los más activos autores de graffitti volvieron a ser los aficionados al fútbol y los enamorados. No faltan los chispazos del ingenio italiano. Mientras en las cortinas metálicas de negocios, que son las preferidas para embadurnar por los humildes habitantes del suburbio milanés, se leen los habituales ruegos amorosos ("Loretta: t'aspetto sempre"), alguien cubrió con una poética declaración a la "dolce Rosanna" pintada en letras rojas nada menos que los seiscientos metros de la pared del muelle de Loano, puerto Ligur. En los muros de Nápoles se dibujan retratos aproximados de Maradona y las frases exaltan en argentino al "Pibe de oro", pero en las ciudades cuya pasión futbolística se divide por la existencia local de dos clubes tuvo éxito una alusión a la pornoestrella electa diputada en las últimas elecciones: "Si la Juventus es mágica, Cicciolina es virgen", escribieron por todas partes los hinchas del Torino. Lo mismo hicieron los simpatizantes de la Lazio con referencia a la Roma en la capital, y los genoveses del Genoa respecto a la Sampdoria. Esta es la Italia de siempre, diferente a la que en este momento los sociólogos diagnostican como carente de intereses ajenos al "Io".

tes", *"La leche me la tomo, la silicona la escupo. La hija de Moria Casán"*, *"Yo pisaré las calles nuevamente. Luisa Vehil"* y *"Luis Miguel, tremendo menudo"*.

"Sabemos que la gente se cree toda la farsa de la farándula y que la única forma de contarles que es una gran mentira es pintar las paredes", dice un integrante de *La Yilet en el Tobogán*.

El desenfado no pierde oportunidad de referirse a las estrellas del fútbol: *"Tiemblen fachos, Maradona es zurdo"*; los personajes históricos: *"Estoy de la nuca, María Antonieta"*; los protagonistas de las páginas policiales: *"Newton tenía razón. Alejandro Puccio"*, *"El que no salta es un aburrido. Thelma Stefani"*; los grandes del arte: *"Nunca fui un oreja. Van Gogh"*, *"He visto un lindo gatito. Borges mirando Daktari"*, y el director de este matutino: *"Que mala leche. Jorge Lanata"*.

Sexo en aerosol

"Cuanto más hago el amor más ganas tengo de hacer la revolución. Cuando más hago la revolución, más ganas tengo de hacer el amor", gritaban las paredes de la Sorbona en el agitado Mayo de '68. Pasaron casi veinte años pero el discurso de los estudiantes franceses se repite: "Nosotros decimos que el placer y el deseo son revolucionarios", manifiesta Miguel de *Fife y Autogestión*. "A nadie se le escapa —agrega— que fifar es lindo. Y en esto creo que no estamos muy alejados de la gente." El sexo también toma la forma del graffitti: *"La masturbación es la autogestión del placer"*, *"A coger que se viene el Halley"*, *"Ahora, integración del pene y la vagina"*, *"Por verdaderas fiestas: no a la navidad, sí a la orgía permanente"*, *"Sí a la entrega del semen"*.

"En una ocasión dibujamos una pareja rascando y al otro día apareció con los órganos sexuales tachados", relata *Bolo Alimenticio*. "Esto demuestra una conciencia colectiva que se ruboriza al ver pintada en una pared una pareja haciendo el amor y que no se escandalizó con los cuerpos mutilados de los desaparecidos durante la dictadura", concluyen.

Insolentes, creativos, vándalos, irrespetuosos, divertidos, ingeniosos, son adjetivos aplicados una y otra vez a los transgresores de aerosol. Pero ellos siguen pintando. Los graffitti se han instalado definitivamente en la ciudad y si los tapan, reaparecen.

●

Informe: Román Mazzilli
Eduardo Berti



Alejandro Elías

GRITOS Y SUSURROS SUECOS

Por Carlos Decker Molina, desde Estocolmo

La forma más barata de publicar sin censura es escribir en las paredes: Graffitti en el baño de la Casa de la Cultura de Estocolmo. Como una reina impoluta en el medio de lagos y arroyos, pareciera que por las venas de la ciudad no circulara la savia de un millón de personas que se pierden en la boca de los subtes y circulan por las calles sin basuras visibles, con paredes casi limpias y con baños públicos que se abren con una moneda de 50 centavos. Estocolmo, con su aire poco infectado y sus tiendas de venta de bebidas espirituosas que funcionan de 9 a 18, con sus colas de los viernes por la ración del fin de semana. No hay otro justificativo para quien descerrajó su rabia en un muro del "banco de botellas" donde se lee en letras de molde: *Quiero trago*. Grito desesperado de la soledad de Bergman, aunque más auténtico es el pedido imposible, escrito en la nieve en letras gigantescas: *Mamá, hazme de nuevo*. Ayer, Estocolmo, la rubia introvertida de ojos azules, hoy Estocolmo, mosaico humano, cada vez más extrovertida, con palabrotas en español, consignas en árabe y en persa, manos callosas que lavan platos y limpian pasillos, inmigrantes que también escriben en los muros del suburbio *Gloria a Allende, Viva el presidente Gonzalo, Jesús no nació en el barrio de Rinkeby porque no hay vírgenes*. La libertad sexual a la sueca, la que produce envidia en el extranjero, también tiene sus bemoles, de ahí una verdad impresa en el muro de un baño, *Soy feminista, pero ¿quién no quiere un macho?* o la desesperación del amor equivocado: *Olof, vuelve a casa, te perdono todo*. Los garabatos son mucho más que palabras sucias en muros limpios. Es ya un clásico de los graffitti. A través de ellos se descubre un estado de ánimo, preocupaciones colectivas o apuros individuales: *Papel, papel, mi reino por un pedazo de papel*, escrito con la mano temblorosa del necesitado. La historia está también presente en los muros: *Rinkeby, la última trinchera de Arafat* o el chiste cruel que luce un baño en la Casa de la Cultura; primero la mala noticia, *Nos persigue la policía*, después la buena, *La policía es sueca* u otra escrita en español, *Suecia tiene desaparecidos, Dagmar Hagelin y el asesino de Palme*. Nunca se sabe quién o quiénes son los autores. Es el juego del anonimato total. Nadie se reclama propietario intelectual ni siquiera de los clásicos. Sólo se puede adivinar el sexo: *Mi mujer se fue con mi mejor amigo, cómo lo extraño a él*. El SIDA, naturalmente, ha traído novedades murales: *Combate al SIDA, suicídate*, un llamado colectivo, *Evita el contagio, mastúrbate con guantes* o la premonición religiosa: *El pago del pecado es la muerte*, al que alguien le agregó: *Pero el horario de trabajo es bueno*. Hay quienes no han perdido las esperanzas en este mundo infectado: *Mejor un 69 que una película pornográfica entre las 6 y las 9*. La comuna de Rinkeby, donde la mayoría es inmigrante, gasta anualmente 10 millones de coronas suecas, aproximadamente un millón y medio de dólares, para limpiar las paredes y éstas lucen siempre pintadas, con dibujos y garabatos a la neoyorquina que han terminado con la paciencia administrativa. Los burócratas han propuesto a los autores anónimos cederles un par de muros para que descarguen sus neuras. Los autores, como era de esperar, han respondido en un muro que no estaba habilitado, con un gran garabato que dice: *Volveremos*.



Alejandro Kacero

FUTBOL Y AMORES ITALIANOS

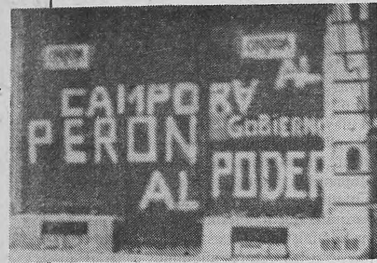
Por Joaquín Sokolowicz, desde Roma

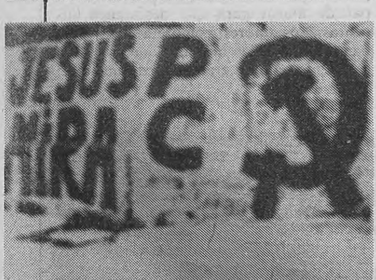
Dejar la firma simplemente. Es un fenómeno de los últimos meses, atribuido por los sociólogos al protagonismo de los jóvenes en esta época de "yuppies" y desencanto frente a la política. En baños públicos y tras los respaldos de asientos en subterráneos de Milán y Roma, las únicas ciudades italianas atravesadas bajo tierra, aparecen breves frases seguidas por el nombre de quien las grabó con cortaplumas, o pintó con marcador: "Sigo adelante pese a todo", "Yo estuve aquí". Cualquier cosa, por lo general en primera persona, o solamente el nombre sin nada que lo preceda.

Esta forma de destacar la presencia individual es sintomática del "riflusso", como llaman aquí a la decadencia de los impulsos sociales anticonformistas en lo que va de esta década. Melancólico testimonio del fin de un período, después de los movimientos de protesta político-cultural que se sucedieron durante quince años, desde el rechazo popular de la intervención norteamericana en Vietnam hasta la ofensiva feminista. Ahora, los pocos lemas ecológicos ("No a la energía nuclear", "Aire limpio") o a la sigla de la muy activa organización católico-conservadora "Comunione e Liberazione" (CL) no tienen la fuerza caracterizante que entonces daban las pintadas callejeras al clima del país.

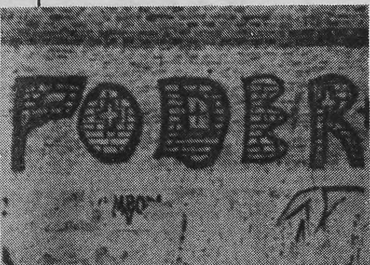
Con la campaña a favor o en contra del divorcio —instituido definitivamente a través de un referéndum popular en el'74— se renovó la creatividad mural: "¿Qué sabe el Papa de la vida en pareja?", "Se separan los animales, no los seres humanos". El Movimiento Autónomo, una izquierda maximalista que predicaba el uso de métodos violentos para combatir al "sistema", llegó con sus llamamientos a las "expropiaciones proletarias" ("Cleptómanos: ¡al asalto!") y sus ataques al Partido Comunista ("Se está con la FIAT o con los obreros"). Las paredes exhibían alguna estrellita a cinco puntas, símbolo de las Brigadas Rojas, cuando empezaron a registrar la exasperación de las primeras expresiones feministas ("Es mía y la concedo a quien elijo yo", "Hombre reprimido: mastúrbate en el baño"), reemplazadas más tarde por la sintética exaltación del concepto de "mujer" ("Donna è bello") que terminó siendo el lema preferido del movimiento.

Tres mil leyendas murales diferentes fueron reunidas en archivos fotográficos y tratados sociológicos sobre aquellos años. Ahora, los más activos autores de graffitti volvieron a ser los aficionados al fútbol y los enamorados. No faltan los chispazos del ingenio italiano. Mientras en las cortinas metálicas de negocios, que son las preferidas para embadurnar por los humildes habitantes del suburbio milanés, se leen los habituales ruegos amorosos ("Loretta: t'aspetto sempre"), alguien cubrió con una poética declaración a la "dolce Rosanna" pintada en letras rojas nada menos que los seiscientos metros de la pared del muelle de Loano, puerto Ligur. En los muros de Nápoles se dibujan retratos aproximados de Maradona y las frases exaltan en argentino al "Pibe de oro", pero en las ciudades cuya pasión futbolística se divide por la existencia local de dos clubes tuvo éxito una alusión a la pornoestrella electa diputada en las últimas elecciones: "Si la Juventus es mágica, Cicciolina es virgen", escribieron por todas partes los hinchas del Torino. Lo mismo hicieron los simpatizantes de la Lazio con referencia a la Roma en la capital, y los genoveses del Genoa respecto a la Sampdoria. Esta es la Italia de siempre, diferente a la que en este momento los sociólogos diagnostican como carente de intereses ajenos al "Io".











Hay una cantidad de incógnitas que, seguramente, no encontrarán jamás una explicación: como la cortina metálica donde en 1973 el apellido Cámpora se pintó con la última A cabeza abajo. A veces, la casualidad produce relaciones absurdas, como el caso del nombre y el singular apellido del candidato del Partido Comunista: Jesús Mira. El mensaje en la pared llegaría a escandalizar al Vaticano: Jesús mira al PC. Sobre el casco del barco en construcción, la imaginación y la oportunidad determinaron la leyenda: para que el país salga a flote, mientras que la pared que limita el cementerio aportó su carga cultural cristiana (extractado del artículo "La gráfica salvaje" de Rubén Fontana, publicado por la revista *Tipo Gráfica*, setiembre de 1987).

EL DESGASTE DEL MAL GUSTO

El primero en hacer un graffitti —argumenta Adolfo Scalone, asesor creativo de la agencia publicitaria New Time— fue el que pintó un bisonte en las cuevas de Altamira. Desde entonces no se han dejado de pintar las paredes." Y la agencia donde colabora Scalone, para promover las ventas del profiláctico Androtex, convocó a los transeúntes a hacer graffitti.

Si la publicidad ha utilizado múltiples veces en sus diseños gráficos el estilo de las pintadas es porque —según un prestigioso creativo— "supone un regreso a la gestualidad de la escritura y hace que el mensaje parezca mas espontáneo, menos elaborado", la propuesta de Androtex, en ese sentido, no fue nada profiláctica, invitó a la transgresión, a hacer graffitti. Y la respuesta no se hizo esperar. A la pregunta: "Escriba qué hace usted para prevenir el SIDA", anónimos cultores del marcador contestaron: *Nitrato de ponerla, Al que tengo miedo es al SIDE, Nunca salgo sin un microscopio, Sólo amo a Cristo*, etc. "La respuesta —sostiene Scalone— no fue la que hubiéramos querido, pero sí la que esperábamos. Quisimos convocar a la gente a escribir como una forma de participación y toma de conciencia frente a un problema grave como es el SIDA. Absolutamente nadie escribió algo serio sobre el tema." Scalone considera que eso se debió a que el tema del SIDA es tan preocupante que la gente prefiere tomarlo a broma. Pero, más allá de esto, hubiera sido una ingenuidad creer que alguien se puede detener a escribir un tratado sobre un afiche. Sería, entre otras cosas, desconocer la mecánica del graffitti.

Hacia fines de los años sesenta el graffitti inició una evolución que lentamente se convirtió en moda, algo que es centro de atención de todos los publicitarios. Carlos Trillo, creativo publicitario y afamado historietista, alude concretamente a ello: "La publicidad se apropia de todo lo que está de moda, no tiene un lenguaje propio, siempre está tomando los códigos en uso; en el caso del graffitti toma algo que está en la calle". Los estudiantes rabiosos del famoso Mayo del '68, en París, pioneros del graffitti, no sólo pintaron en las calles y en las universidades, también lo hicieron sobre los afiches publicitarios pero para distorsionar sus mensajes. Esta actitud fue utilizada activamente, como instrumento ideológico, por los situacionistas, grupo de animación política que se dedicaba a recodificar los signos de la ciudad. En la Argentina, tiempo antes, en una de las tantas increíbles exposiciones de plástica, se presentó un espacio semejante a un baño público; el público lo cubrió de leyendas irrespetuosas, al punto que tuvieron que sacar los paneles de la muestra para que no la prohibieran.

El graffitti pasó a ser un recurso potencial para los publicitarios. Está siempre a mano. Puede servir para dar nombre a un chocolate, para dar clima a un poster, para institucionalizar lo popular en un afiche político, para acercarse a la gente joven con algo que pertenezca a su lenguaje. Aparece en los avisos gráficos que venden jeans, como fondo de películas de gaseosas, para proponer gomas de diverso tipo, desde chicles a profilácticos. Es que, como lo viera el sociólogo Jean Baudrillard: "La publicidad no reconoce criterios estéticos, aunque lo pretenda, porque reposa sobre una anestesia del juicio estético. Ella puede usar cualquier forma que se le presente, no le importa que provenga de la naturaleza, el arte, la fantasía o de todos los lenguajes que han existido. No hay creación de formas en la publicidad, sino combinación y reempleo de todas las formas posibles. La publicidad es un dominio inmoral, de allí su grandeza. Nos libra de la tiranía de todos los juicios, librándonos al placer inmediato de un puro desfile de imágenes que no nos comprometen a nada. Es por eso que no se puede hablar de publicidad en términos de peligro, condicionamiento o imperialismo; todo el mundo hace un uso de la publicidad espontáneamente inmoral".

Sin embargo, para algunos, la publicidad puede llegar a moralizar las costumbres. Alberto Fisherman, cineasta de vanguardia y de éxito, con *La Clínica del Sr. Cureta*, es un consagrado director de films publicitarios. Para él "la publicidad acelera el desgaste del mal gusto. Por ejemplo, toma los graffitti para descalificarlos, en la medida en que los oficializa y hace que pierdan su carácter transgresor. Aun cuando reconozco que los graffitti son uno de los pocos espacios que tienen los jóvenes para sentirse transgresores, prefiero una ciudad limpia. Una estatua de Sarmiento con inscripciones es un hecho nuevo, pero yo no puedo tener la frivolidad de considerar eso como un hecho estético. La publicidad al apropiarse de ese lenguaje lo hace banal."

El comerciante que desde el principio de los tiempos pintaba con cal y brocha gorda "liquidación", no sabía que estaba haciendo un graffitti y mucho menos que a eso los publicitarios lo denominan *hard selling*, es decir venta rápida. Los publicitarios advirtieron que todas las pintadas están vendiendo algo: una idea, un conjunto de rock, un político, una gansada, y retomaron la vieja estrategia del comerciante de barrio. Para consolidar la inmoralidad publicitaria, de que hablaba Baudrillard, lo transformaron en una forma de decoración, de hacer *soft selling*, venta sin apuro, y dar prestigio a una marca. El ingobernable carácter modernizador de la publicidad le lleva a apropiarse de las formas que hasta la contestan y en convertirlas en parte de su lenguaje. Por ese camino el graffitti callejero vuelve a ser la publicidad pobre de los que tienen pocos recursos.